

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul**

Berkembang pesatnya pertumbuhan dunia bisnis di Indonesia saat ini sangatlah cepat, terutama dalam sektor jasa kurir atau logistik. Menurut data statistik asosiasi perusahaan jasa pengiriman *Express* Indonesia (ASPERINDO) pasar logistik Indonesia tahun 2015 menembus Rp 2.300 Trilyun dan tumbuh 14,7% dari tahun 2014. Salah satu hal yang melatarbelakangi semakin berkembang pesatnya perusahaan jasa kurir di Indonesia saat ini ialah berlakunya Undang-Undang No 38 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa perusahaan yang dapat masuk dalam usaha jasa dibidang kurir tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melainkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), ataupun koperasi dan swasta. Munculnya peraturan perundang-undangan tersebut berdampak pada persaingan yang semakin kompetitif, hal tersebut dikarenakan segala bentuk badan usaha baik negeri maupun swasta bisa masuk ke persaingan bisnis tanpa batas dan memiliki jasa pelayanan yang sama mulai dari jasa pengiriman dokumen, layanan paket, layanan logistik, dan layanan transaksi keuangan.

Perusahaan Jasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan yang pada dasarnya pelayanan tersebut tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya bagi konsumen. Jasa logistik merupakan jasa yang diberikan oleh pihak pengelola jasa pengiriman kepada pihak yang menerima secara langsung sesuai dengan standar mutu tertentu. Beberapa perusahaan yang menyediakan jasa logistik di Indonesia saat ini yaitu JNE, TIKI, FedEx, DHL, dan PT POS Indonesia. Pada proses pemilihan jasa, konsumen akan cenderung bersikap berdasarkan motivasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan. Sikap dapat didefinisikan sebagai kecenderungan terhadap suatu objek baik disukai atau tidak disukai yang dipelajari untuk

memberikan tanggapan secara konsisten. Setiap konsumen mempunyai kecenderungan untuk bersikap dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. Sikap konsumen adalah gabungan dari kepercayaan, perasaan, dan kecenderungan untuk berperilaku terhadap sebuah objek.

Sikap yang ditunjukkan konsumen akan memberikan gambaran minat konsumen mengenai apa yang dibutuhkan konsumen. Minat merupakan perilaku di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Penilaian minat konsumen tentunya akan sangat bermanfaat bagi para pelaku bisnis dalam menilai dan memutuskan strategi pasar yang efektif yang akan digunakan untuk menarik minat konsumen. Minat konsumen terhadap sebuah jasa tertentu akan menghasilkan sebuah perilaku berupa tindakan dari konsumen dalam hal memilih maupun menggunakan jenis jasa sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen.

Salah satu perusahaan jasa yang digunakan kalangan masyarakat saat ini adalah Jasa logistik PT POS Indonesia. PT POS Indonesia merupakan badan usaha milik negara yang sudah sejak lama memberikan jasa pengiriman baik berupa barang maupun dokumen kepada masyarakat. Wilayah ekspansi PT POS Indonesia saat ini tersebar diseluruh daerah di Indonesia salah satunya di Palembang yang terletak di Jalan Merdeka. PT POS Indonesia memang sudah lama dikenal masyarakat sebagai perusahaan penyedia jasa logistik. Namun demikian, nyatanya saat ini sikap konsumen terhadap pemilihan jasa PT POS Indonesia mengalami perubahan.

Perubahan sikap konsumen ini terindikasi berdasarkan data *TOP Brand* Indonesia mengenai penilaian jasa kurir yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2014 dan 2015.

**Tabel 1.1**  
**TOP BRAND INDEX**  
**Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2014 dan 2015**

BRAND	TOP BRAND INDONESIA	
	2014	2015
Tiki	45,1%	43,5%
JNE	33,2%	36,2%
Pos Indonesia	8,4%	6,7%
DHL	5,5%	2,1%

Sumber: <http://topbrand-award.com/>

Berdasarkan data tersebut, PT POS Indonesia berada di urutan 3 dari 4 perusahaan yang menyediakan jasa kurir dengan persentase 8,4% pada tahun 2014 dan 6,7% pada tahun 2015. Penurunan penggunaan jasa pengiriman paket dari PT POS Indonesia ini tentunya juga akan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih menggunakan jasa pengiriman paket di PT POS Indonesia. Oleh sebab itu diperlukan adanya upaya berupa penilaian sikap konsumen terhadap minat pemilihan jasa pada PT POS Indonesia untuk mengetahui bagaimana minat konsumen terhadap jasa logistik yang disediakan PT POS Indonesia khususnya di PT POS Indonesia cabang Merdeka Palembang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun sebuah laporan dengan mengambil judul **“Penilaian Sikap Konsumen dalam Minat Memilih Jasa Logistik pada PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang”**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang dirumuskan penulis adalah:

1. Bagaimana penilaian sikap konsumen dalam minat memilih jasa logistik pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang ?
2. Penilaian sikap konsumen mana yang tertinggi dan terendah ?

### **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar penulisan Laporan Akhir ini menjadi lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pokok permasalahan ini pada penilaian sikap konsumen dalam minat memilih jasa logistik pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang.

### **1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

#### **1.4.1. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui penilaian sikap konsumen dalam minat memilih jasa logistik pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang dan mengetahui indikator penilaian yang memiliki penilaian sikap terendah.

#### **1.4.2. Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Bagi Perusahaan**

Manfaat bagi PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang adalah mengetahui penilaian sikap konsumen dalam minat memilih jasa logistik pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang.

##### **2. Bagi Penulis**

Manfaat bagi penulis adalah dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan dibangku perkuliahan ke dunia kerja yang nyata, menambah pengalaman, ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu pengetahuan terhadap mata kuliah Perilaku Konsumen.

##### **3. Bagi Pihak lain**

Bagi pihak lain Laporan akhir ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penulisan laporan selanjutnya.

## **1.5. Metode Penelitian**

### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada konsumen PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang yang menggunakan jasa logistik.

### **1.5.2. Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Idris (2010:6) dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data Primer dalam penyusunan laporan ini berupa kuesioner yang penulis sebarakan kepada konsumen pengguna layanan jasa logistik PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penyusunan laporan ini merupakan data yang diperoleh dari PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang berupa data publikasi dari website perusahaan.

### **1.5.3. Metode Pengumpulan Data**

Penulis menggunakan beberapa metode dalam penulisan laporan akhir ini diantaranya :

#### **1. Riset Lapangan (*Field Research*)**

Riset lapangan dilakukan untuk mengetahui jumlah pengguna jasa logistik PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang selama periode Februari 2016. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut akan dijadikan populasi atau sampel di dalam penelitian ini. Riset lapangan dilakukan dengan cara:

a. Kuesioner

Pada metode ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner sebagai media dalam mendapatkan data primer yang lebih efisien. Kuesioner diberikan kepada konsumen pengguna jasa layanan logistik PT POS Indonesia cabang Merdeka Palembang dengan pertanyaan seputar layanan logistik yang diberikan PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang.

#### 1.5.4. Teknik Analisis Data

1. Metode Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2010:4) Data Kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik. Dalam penelitian ini data kuantitatif didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasar alternatif jawaban yang ada pada Skala Likert. Menurut Riduwan (2010:38), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapaun Skala Likert yang digunakan yaitu:

**Tabel 1.2.**  
**Skala Pengukuran Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Riduwan (2010:39)*

Pada penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden (pengguna jasa logistik PT POS Indonesia cabang Merdeka

Palembang). Menurut Riduwan dan Akdon (2013 : 18), rumus persentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

Total Skor Penelitian : Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Hasil dari perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti berikut :

**Tabel 1.3.**  
**Interpretasi Skor/Angka**

No.	Skor/Angka	Interpretasi
1.	0%-20%	Sangat Lemah
2.	21%-40%	Lemah
3.	31%-60%	Cukup
4.	61%-80%	Kuat
5.	81%-100%	Sangat Kuat

*Sumber : Riduwan (2010:41)*

## **1.6. Populasi dan Sampel**

### **1.6.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2008:115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah

pengguna jasa logistik PT POS Indonesia cabang Merdeka Palembang pada bulan Februari tahun 2016 dengan jumlah 1.392 orang.

**Tabel 1.4.**  
**Data Produksi Bulan Februari 2016**

<b>Jenis Jasa Logistik</b>	<b>Jumlah Transaksi</b>
Paket Kilat Khusus	246
Paket Biasa	1122
Paket <i>Express</i>	85
Paket Cepat Luar Negeri	4
Paket Biasa Luar Negeri	9
Paket EMS	68
<b>Total</b>	<b>1.392</b>

*Sumber: Manager SPA PT POS Indonesia Palembang, 2016*

#### **1.6.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:116), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari populasi jumlah pengguna jasa logistik PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang pada bulan Februari tahun 2016. Karena jumlah populasi diketahui, maka sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin. Menurut Umar dalam Barus (2008 : 44), Rumus Slovin yang digunakan yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (1.392 orang)

e = tingkat kesalahan yang bisa ditolerir (10%)



Hasil yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{1392}{1+1392 (0,1)^2}$$

$$n = 93,29$$

$$n = 93 \text{ sampel (dibulatkan)}$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 93 sampel. Dengan keterbatasan penulis dalam penelitian, maka penelitian diambil dengan menggunakan teknik Non-probabilitas Sampel dengan Jenis *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2008:118), *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampel adalah konsumen PT POS Indonesia cabang Merdeka Palembang yang memilih menggunakan jasa logistik.